

**PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI ZONA STEAK & CHINESS FOOD KARTASURA**



Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

INDRIANA

B 100 120 157

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2016

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI ZONA STEAK AND CHINESS FOOD KARTASURA**

Yang ditulis oleh :

INDRIANA

B 100 120 157

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima.

Surakarta, 14 Desember 2016


Pembimbing


(Jati Waskito SE. MSi)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta




(Dr. Priyono, SE., M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks. 211 Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : INDRIANA
NIM : B 100 120 157
Jurusan : MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH MARKETING MIX
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI
ZONA STEAK & CHINESS FOOD
KARTASURA

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 14 Desember 2016

Yang Membuat Pernyataan

(INDRIANA)

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”

(QS. Al-Insyirah,6-8)

“Bermimpilah setinggi langit, jika engkau jatuh, engkau akan jatuh diantara bintang - bintang ”

(Ir.Soekarno)

“Setiap orang punya jatah untuk gagal. Habiskan jatah gagalmu ketika masih muda.”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis persembahkan karya kecil ini spesial untuk :

Yang Utama dari Segalanya...

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, memberikanku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan kehariban Rasulullah Muhammad SAW.

Kupersembahkan Skripsi ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi :

- ❖ Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kelancaran dalam pengerjaan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
- ❖ Ibu ku Tubarni, do'a mu, selalu menyertai dalam setiap langkah hidupku.
- ❖ Bapak ku Supangadi betapa sesungguhnya aku mengambil hikmah dari semua perjuangan dan penorbanan demi anaknya sehingga dapat pada titik saat ini selama ini.
- ❖ Kepada Bapak Jati Waskito, SE, MSi selaku Dosen Pembimbing selama skripsi yang telah meluangkan waktunya dan kesabarannya untuk kelancaran skripsi ini.
- ❖ Jefri laki-laki hebat yang selalu memberiku semangat, arahan dan sabar menghadapiku untuk terus mendukung agar bisa menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Adik ku Cahya Adi Ningrum tersayang.
- ❖ Keluarga Besar METALA (Mahasiswa Ekonomi Pecinta Alam) FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen. Populasi dalam penelitian adalah konsumen di Zona Steak and Chiness Food Kartasura. Jumlah sampel yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil pengujian hepotesis variable produk (X_1) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen, variabel harga (X_2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen, variabel promosi (X_3) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen, dan variabel lokasi (X_4) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Uji F secara simultan keempat variabel, produk (X_1), harga (X_2), promosi (X_3), dan lokasi (X_4). Uji Koefisien Determinasi (R^2), signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen (Y) serta keempat variabel independen tersebut mempengaruhi Kepuasan Konsumen sebesar 89,7% dan 10,3% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain di luar model.

Kata Kunci : menguji produk (X_1), harga (X_2), promosi (X_3), dan lokasi (X_4), signifikan dan kepuasan konsumen (Y).

ABSTRACT

This study aimed to test the Influence of Marketing Mix Customer Satisfaction. The population of the research is that consumers in Zone Steak and Chinese Food Kartasura. The number of samples were analyzed using multiple linear regression analysis.

Based on test results hypothesis product variable (X1) positive effect on customer satisfaction, the price variable (X2) positive effect on customer satisfaction, promotion variable (X3) positive effect on customer satisfaction, and location variables (X4) positive effect on customer satisfaction. F simultaneously test four variables, the product (X1), price (X2), promotion (X3), and location (X4), significantly affect customer satisfaction (Y). Test The coefficient of determination (R^2), significantly affect customer satisfaction (Y) and four independent variables that affect customer satisfaction of 89,7% and 10,3% is explained by factors or other variables outside the model.

Keywords: test product (X1), price (X2), promotion (X3), and location (X4), significant and customer satisfaction (Y).

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Asallamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI ZONA STEAK AND CHINESS FOOD KARTASURA”**

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis banyak mengucapkan terimakasih pada semua pihak yang telah turut serta membantu penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, penyusunan skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan dengan baik. Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Triyono, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Anton Agus Setyawan S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Bapak Drs. Sri padmantyo MBA., selaku pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan saran selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Jati Waskito, SE, MSi selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membantu dalam memberikan bimbingan, arahan, serta memotivasi dengan penuh kesabaran dan keikhlasan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi, serta seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Bapak dan Ibu yang telah banyak memberikan kasih sayang serta bantuan baik moril dan materil sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan penulisan skripsi ini.
7. Sahabat kampus FEB yang membantu dalam skripsi penulis yang tak akan terlupakan atas bantuan dan motivasinya : Jefri, Anggraini, Didik terimakasih banyak.
8. Keluarga Besar METALA (Mahasiswa Ekonomi Pecinta Alam) FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta, yang telah memberikan dukungan dan kepercayaan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini terima kasih Keluarga Ke 2 saya, terutama untuk Gladi 23 : Indriana, Rizal, Dody, Fauzia, Muhsin, fanny, Ratona, Triana, Ayu, Bayu A, Agung, Bayu D, Fadhlika kalian luar biasa. Salam Lestari !!!

9. Rekan-rekan Mahasiswa Program Studi Manajemen FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2012.
10. Semua pihak yang telah membantu dan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan. Penulis menyadari bahwa penyusunan ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterimakasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran atau kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 14 Desember 2016

Penulis



Indriana

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan Skripsi	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Marketing Mix.....	7
1. Product (Produk).....	8
2. Price (Harga).....	10
3. Place (Lokasi)	11
4. Promotion (Promosi)	14
5. Kepuasan konsumen	15

B. Penelitian Terdahulu	16
C. Hipotesis.....	18
D. Kerangka Pemikiran.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Jenis penelitian.....	21
B. Lokasi Penelitian.....	22
C. Populasi, Sampel dan Teknik pengambilan sampel	22
D. Jenis Data dan Sumber Data	24
E. Definisi Operasional Data	24
1. Definisi Operasional.....	24
2. Pengukuran Variable	26
F. Teknik Pengumpulan Data.....	27
1. Kuisisioner	27
2. Dokumen Wawancara	27
G. Metode Analisis Data.....	28
1. Uji Instrumen	33
a. Uji Validitas	28
b. Uji Reliabilitas	29
2. Asumsi Klasik	29
a. Uji Normalitas	29
b. Uji Multikolinearitas	30
c. Uji Heterokedastisitas	30
3. Analisis Regresi Linier Berganda	31
4. Uji t	32
5. Uji F	33
6. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	35
BAB IV ANALISIS dan PEMBAHASAN.....	36
A. Deskripsi Responden.....	36
B. Analisis Data dan Pembahasan	37
1. Uji Instrumen Data.....	37
a. Uji Validitas	38

1) Variabel Produk	38
2) Variabel Harga	39
3) Variabel Promosi	39
4) Variabel Lokasi	40
5) Variabel Kepuasan Konsumen	40
b. Uji Reliabilitas	41
2. Uji Asumsi Klasik	42
a. Uji Normalitas	42
b. Uji Multikolinearitas	42
c. Uji Heterokedastisitas	43
3. Uji Hipotesis	44
a. Analisa Regresi Berganda	44
b. Uji t	46
1. Uji t Pengaruh Hipotesis Produk	47
2. Uji t Pengaruh Hipotesis Harga	48
3. Uji t Pengaruh Hipotesis Promosi	49
4. Uji t Pengaruh Hipotesis Lokasi	50
c. Uji F	52
d. Uji R^2	53
C. Pembahasan	54
BAB V PENUTUP	58
A. Kesimpulan	58
B. Keterbatasan	58
C. Saran-Saran	59
D. Implikasi Manajerial	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Table IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel IV.2 Karakteristik Usia Respinden	36
Tabel IV.3 Karakteristik Tingkat Pendidikan Responden	37
Tabel IV.4 Uji Validitas Variable Produk	38
Tabel IV. Uji Validitas Variable Harga	39
Tabel IV.6 Uji Validitas Variable Promosi.....	39
Tabel IV.7 Uji Validitas Variable Lokasi	40
Tabel IV.8 Uji Validitas Variable Kepuasan Konsumen	40
Tabel IV.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	41
Tabel IV.10 Hasil Uji Normalitas	42
Tabel IV.11 Hasil Uji Multikolinieritas	43
Tabel IV.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	44
Tabel IV.13 Rekapitulasi Regresi Berganda.....	45
Tabel IV.14 Hasil Uji t.....	46
Tabel IV.15 Hasil Uji F	52
Tabel IV.16 Hasil Uji R^2	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	19
Gambar 3.1 Grafik Uji t	32
Gambar 3.2 Grafik Uji F.....	34
Gambar 4.1 Grafik Uji t Variabel Produk.....	47
Gambar 4.2 Grafik Uji t Variabel Harga.....	49
Gambar 4.3 Grafik Uji t Variabel Promosi	50
Gambar 4.4 Grafik Uji t Variabel Lokasi	51
Gambar 4.5 Grafik Uji F.....	53